

УДК 329:339:316.485(450)

**ФЕНОМЕН ПАРТІЙНОГО ІНТЕРНЕТ-ЛІДЕРСТВА
(НА ПРИКЛАДІ ЛІДЕРА ІТАЛІЙСЬКОЇ ПАРТІЇ «M5S» БЕППЕ ГРІЛЛО)**

Наталія Хома

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
філософський факультет, кафедра теорії та історії політичної науки,
вул. Університетська 1, 79000, Львів, Україна
e-mail: khoma.nata@gmail.com*

Досліджено, що на тлі заходів жорсткої економії в політиці актуалізуються популістичні мотиви і харизматичні особистості висуваються на передній план. Передумовою успіху популістів в Італії, як визначено автором, є скепсис багатьох громадян стосовно традиційних партій, котрі не ототожнюються з реальними проблемами та інтересами громадськості. Акцентовано на тому, що лідер політичної партії «Рух п'яти зірок» Дж. Грілло зосередив увагу на Інтернеті як основній формі контакту з виборцями.

Ключові слова: Інтернет-популізм, Б. Грілло, «Рух п'яти зірок» («M5S»).

За останнє десятиріччя в європейських державах зростає популярність політичних сил лідерського типу з популістськими програмами. В Італії така тенденція перетворюється радше на традицію, аніж данину політичній моді: щоразу, коли національна партійна система зазнає краху, громадська думка починає схилитися до популістського політика (на початку 20-х рр. ХХ ст. – Б. Муссоліні, в середині 90-х рр. – С. Берлусконі, сьогодні – Дж. Грілло). На тлі заходів жорсткої економії в політиці акцентуються популістичні мотиви, на передній план висуваються харизматичні особистості, які мають підмінити собою ті інститути, котрі вони репрезентують.

Нашим дослідницьким завданням є аналіз причин політичного успіху італійського блогера Джузеппе П'єро «Беппе» Грілло, особливостей формування Інтернет-лідерства та його просування інтерактивними комунікативними методами. Власне, особливості лідерського потенціалу та специфічна блогерська, часто популістична, риторика Грілло досі не була об'єктом політологічного аналізу у вітчизняній науці. Підґрунтям для такого дослідження можуть слугувати наукові розвідки стосовно впливу новітніх комунікаційних технологій на політичну сферу (Н. Вахрамєєва, Н. Віннікова, Т. Жванія, С. Михальчук, О. Третьяк та ін.), західноєвропейських національних партійних систем (К. Меркотан, А. Романюк, Ю. Шведа), еволюції партійної системи Італії (М. Светлакова).

Передусім звернемо увагу на те, що національні партійні системи багатьох держав сьогодні проходять складний процес модернізації. Основні партії поступаються «третім силам», появу яких, вочевидь, можна пов'язати з наслідками економічної кризи 2008 р. Пошук громадськістю нових політичних еліт можна пояснити тим, що «старі» партії не змогли запропонувати бачення розв'язку проблем, зумовлених економічною кризою.

До риторики, спрямованої проти традиційних політичних гравців, вдаються молоді політичні партії багатьох країн. І це приносить електоральний успіх. Розглянемо приклади:

– антиклерикальна партія «Рух Палікота» (лідер – Януш Палікот) здобула несподіваний успіх на парламентських виборах у жовтні 2011 р. (понад 10 % голосів

виборців), хоча була заснована лише наприкінці 2010 р. Як для католицької Польщі партійна програма була вкрай радикальною (безкоштовний доступ до Інтернету, легалізація одностатевих шлюбів, легалізація легких наркотиків і под.) та підтримувалася насамперед молоддю;

– партія «Єш атід» (лідер – Яір Лапід) зайняла друге місце на парламентських виборах в Ізраїлі у січні 2013 р. (майже 14,2 % голосів виборців). Знову ж таки, вона була створена лише в 2012 р. (втім, на дострокових виборах у березні 2015 р. – уже 8,2%). У виборчій кампанії 2013 р. акцентувалося на потребах середнього класу, підтримці освіти й охорони здоров'я, виступах, котрі наголошували на необхідності співіснування двох народів у рамках двох країн (Ізраїлю та Палестини) та збереження великих єврейських поселень. Після такої передвиборчої кампанії експерти назвали партію Лапіда популістською;

– грецька ліворадикальна коаліція «Сіріза» (лідер – Алексіс Ціпрас) збільшила рейтинг із 3,3 % у 2004 р. до 36 % на позачергових парламентських виборах 2015 р. Програма партії передбачає відміну режиму жорсткої економії, накладеного на Грецію країнами ЄС. Щоправда останнім часом риторика «Сірізи» пом'якшала, принаймні не йдеться про вихід із євразони.

Отже, процеси трансформації партійної системи, зміна партійної риторики, формати просування ідеології властиві сьогодні не лише Італії, яка є об'єктом нашого дослідження.

Насамперед звернемо увагу на те, що від проголошення республіки (1861 р.) італійський капіталізм і політичний істеблішмент були корумпованими, пов'язаними таємними товариствами; зв'язок між політичним класом і організованою злочинністю має багаторічні традиції. Тому закономірно, що сучасне італійське суспільство – спільнота, розчарована в політиці та політиках. Украв низький авторитет державних інституцій через бюрократизм, корумпованість, переплетення чиновництва зі світом мафіозності та криміналітету. Для італійців характерні відсутність активного інтересу до політичних конфігурацій, інколи відверта зневага до істеблішменту, абсентеїзм. Отже, важливою передумовою успіху популістів в Італії можна вважати скепсис багатьох громадян до традиційних партій, які не ототожнюються з реальними проблемами й інтересами громадськості.

Історія майбутнього успіху партії «**Рух** п'яти зірок» (італ. *Movimento 5 Stelle, M5S*) закладена ще у 1986 р., коли генуезький комедіант Б. Грілло пожартував стосовно корупції в соціалістичній партії. Фактично він публічно висловився про відомі процеси, але його жарт цензурували і заборонили показувати по телебаченню. Це лише спонукало Грілло до боротьби з істеблішментом. Однак, якщо на початках майданчиками для боротьби були театральні підмурки та частково інші ЗМІ, то розвиток Інтернету став для Грілло вирішальним. Блог (<http://www.beppegrillo.it/>; ведеться з 2005 р.) уможливив організацію заходів, їхнє обговорення, і поступово прихильники Грілло почали діяти дедалі активніше.

Символічним днем стало 8 вересня 2007 р., коли був сформований рух (охопив 220 міст) із нецензурною назвою «*Vaffanculo*», спрямований проти істеблішменту. Грілло під час цих подій зазначав, що не планує створювати нову партію, але хоче зліквідувати існуючі (його політику ще часто називають антиполітикою). «M5S» як рух спершу не позиціонувався як партія (став такою у 2009 р.). Стартувавши з 5% на початку 2011 р., партія «M5S» на дострокових парламентських виборах 24–25 лютого 2013 р. набрала 25,55 % голосів на виборах до Палати депутатів (108 місць) і 23,79% на виборах у Сенат

(54 місця). На регіональних виборах 31 травня 2015 р. «M5S» отримала друге місце (близько 18,4% голосів). Виборцям імпонувала висунута Грілло вимога рішучої зміни всієї політичної еліти за широкого використання методів прямої демократії.

За Грілло голосувала передусім молодь, котру вирізняє Інтернет-активізм. Середній вік виборців Грілло – 31 рік. Основний організаційний інструмент політика – Інтернет. Щоденний блог Грілло, в якому він вихлюпує гнів та обурення на політичний клас Італії, читають понад 1 млн Інтернет-користувачів. Лише на його офіційну сторінку в Facebook підписані понад 1 млн 850 тис. Інтернет-користувачів, а додатково створено десятки відкритих і закритих спільнот із тисячами учасників у кожній. Ще ширше використовується потенціал Twitter: блог Беппе читають (принаймні підписані) 1 млн 950 тис. користувачів.

Партія «M5S» увійшла у владу як рух проти політичного істеблішменту. Такий рух з'явився тоді, коли народ перестав миритися з переплетінням корупції, криміналу й істеблішменту в італійській політиці. Вимога стосовно більшої прозорості політики в Італії залишається основною причиною, чому «M5S» отримала стільки голосів. Партія виразила очікування багатьох людей, розчарованих політичною системою, і визнана популістською незважаючи на те, що її представники ніколи не використовували слово «народ». Їхньою аудиторією й електоратом є радше не прості люди: відсоток осіб із низьким рівнем освіти малий, а відсоток Інтернет-користувачів – максимальний [2]. «M5S» особливо популярна серед секулярних громадян і непопулярний серед віруючих. Це не узгоджується з уявленнями, нібито політики популістського кшталту здебільшого популярні серед простих людей, віруючих, довірливих і не надто освічених [3, с. 100, 102]. Первинний підмурак електорату становили молоді блогери, екологи та представники різних гуманітарних асоціацій. Однак його прихильників об'єднало найголовніше – незмінний на маніфестаціях слоган стосовно інших політиків: «Забирайтеся всі додому».

Якщо багаторічний «партійний авторитет» С. Берлусконі ґрунтувався переважно на впливі телебачення, то Б. Грілло зосередив увагу на Інтернеті як основній формі контакту з виборцями. Його антиполітична партія вважала традиційні ЗМІ (насамперед телебачення і пресу) класичними інструментами «істеблішменту». «M5S» приписувала Інтернету майже месіанські якості, розглядаючи його як майбутнє демократії. Причому не враховувалося, що станом на 2013 р. в Італії близько 20 млн осіб не були Інтернет-користувачами.

Медіа-стратегія, обрана Грілло, не дозволяла учасникам «M5S» давати інтерв'ю італійським ЗМІ (лише іноземній пресі), брати участь у ток-шоу, котрі відбуваються в Італії щовечора. За порушення цих правил партійців виключали з організації. Кампанія Грілло не співпрацювала з традиційними медіа, за винятком використання певною мірою радіо, а його ідеї широко обговорювалися в ток-шоу (як ідеї Берлусконі – в Інтернеті). Грілло змусив ЗМІ слідувати його тематиці, викладаючи на своєму Інтернет-TV відеозаписи, котрі вони застосовували, а також ведучи свій блог, який часто цитувався. Такий метод можна порівняти з компанією Б. Обами у 2008 р., коли використовувалися онлайн-канали, щоб обійти традиційні американські ЗМІ.

Справжнім нововведенням у кампанії Грілло був його успіх у використанні Інтернету для об'єднання та координації зусиль активістів на місцях. Фактично Грілло не стільки сконцентрувався на Інтернеті самому по собі, скільки аналізував поєднання в роботі місцевих організацій дії в онлайні й офлайні. Грілло постійно спонукав прихильників до діалогу – і в Мережі, і на «живих» зустрічах.

Розширення соціальної бази руху відбувалося за таким механізмом: спершу зацікавлені читали блог Грілло; заходили на сайт із розкладом місцевих заходів; брали участь у дискусіях на місцевому форумі; згодом – збиралися на реальному (а не віртуальному) мітингу, лише організованому через Інтернет. Так симпатичні залучалися до практичної політичної діяльності. Однак, для активістів «M5S» Інтернет не став заміною живого спілкування, а лише помічником і доповненням.

Грілло вважають не лише найвідомішим італійський блогером, а й «найгарячішим європейським політиком». Свою перемогу в 2013 р. на парламентських виборах він називає лише початком світової революції. На думку Грілло, сучасна політична система рухається до краху, насамперед завдяки Інтернету, який підриває світову корупцію та підробну демократію. Тобто, за Грілло, процес уже запущений і він пропонує новий світ, оскільки стара система уже не спрацює (це засвідчує гігантський зовнішній борг). В одному з інтерв'ю він заявляв про масштабність майбутньої італійської революції, що буде потужнішою ніж «Арабська весна»: «Ми, італійці, не хочемо нічого так сильно, як обрати чесних людей до керівництва країною: нормальних людей, прямолінійних і чесних. Кампанії, які хочуть розвиватися, не будуть дивитися за межі Італії. Ми зараз працюємо на майбутнє ділової Італії, щоб воно було чесним, успішним і професійним. Ми вкажемо на фахівців, які займуть потрібні нам позиції, замість позицій політиків, коханок, дружин і друзів друзів. Інтернет уможливило це» [1].

«M5S» аргументує свої позиції тим, що держава стала відокремленою від пересічних громадян, конституція не працює, а витрати на утримання держави перевищують здійснену нею користь. З-поміж новацій, ініційованих партією: 1) оплата праці парламентаріїв має стати такою, як середня зарплата у країні; 2) політичні дискусії повинні бути доступними для всіх громадян за допомогою Інтернету та прямої трансляції громадських зібрань; 3) законопроекти необхідно представляти в Мережі впродовж трьох місяців, перш ніж їх розглянуть, аби громадяни могли їх прокоментувати; щоправда, незрозуміло, чи достатньо цих коментарів, для внесення змін до цих проектів чи недопущення їх прийняття, але така ідея своєрідного громадського краудсорсингу актуалізується (і вже реалізується) у багатьох державах; 4) парламент зобов'язаний розглядати законопроекти, висунуті за народною ініціативою; це має зробити парламент відкритішим для пересічних громадян, хоча вплив останніх навряд зросте, оскільки економічна влада залишатиметься у бізнес-еліті, яка впливає на світ політики.

Грілло виступає за те, аби вибори до парламенту та громадських комітетів проходили онлайн, що уможливить участь кожного у житті країни. За словами політика: «Ми зробили Французьку Революцію без гільйотин. Ми принесемо на вибори демократію». Грілло особливу увагу привертає до проблеми зовнішнього боргу Італії, а тих, хто допустив це в дусі популістичної риторики називає «зłodіями, дилетантами і паразитами, котрі зруйнували країну» [1].

Італійські популісти завше зверталися до злободенної теми безробіття, запевняючи громадян у здатності розв'язати ситуацію. До безробітних «M5S» апелює: «У нас є план, на якому усе базується. І все буде гарантовано. І вже зараз» [1]. В основу реформи ринку зайнятості «M5S» пропонує покласти реформування корпоративних законів: простий акціонер (а не рада директорів) установлюватиме, для прикладу, оплату праці менеджерів.

Успіх Грілло на виборах лише на перший погляд може пояснюватися вмілим використанням соціальних мереж. Дослідники цього несподіваного триумфу звертають увагу, що головна причина успіху цього неоруху – втома Італії від свого правлячого класу, а блог Грілло відіграє роль кафедри, з якої постає загальнонародний настрій. Антиелітарна риторика стала поштовхом, який привів «M5S» до раптового успіху. З гаслами руху погоджувалися й погоджується більшість – від Інтернет-підприємця, котрий не міг знайти стартовий капітал для бізнесу, до напівписьменного безробітного, що не має доступу до Інтернету. Справжні причини перемоги руху – соціальні, а не віртуальні: суспільство обурене своїм правлячим класом.

Очікування виборців Грілло лежать у площині виведення з політичної арени негативно маркованих політиків. Так, Берлусконі оголошений партією головним ворогом, а Грілло (якому в жодному випадку не притаманна політкоректність) називає Берлусконі «ходячим трупом», втіленням корумпованості й кумівства.

Прорив партії «M5S» до італійського парламенту та регіональних органів влади дає змогу констатувати загальну кризу італійської та загалом європейської партійної системи. Грілло проголосив загибель у країні старих політичних партій, а його політсила відтіснила лівоцентристів і правих. У популістичній манері блогер Грілло заявляє: «Ми почали війну поколінь. Вони правили нами від 25 до 30 років і довели країну до катастрофи. Ми будемо винятковою силою». Під час передвиборчої кампанії Грілло обіцяв виборцям низку привабливих для зневіреного електорату ідей, наприклад, позбавлення Італії від корумпованих політиків, збільшення мінімальної зарплати до тисячі євро, відмова від єдиної європейської валюти та повернення до ліри, скорочення робочого тижня до 20 год. Головні постулати руху Грілло – захист довкілля та боротьба з партійністю.

За словами Грілло, «ми живемо в час історичних змін у культурі, політиці, економіці. Наш рух створений не для коаліцій. Цей рух представляє громадян, що є частиною держави, вони нікому не хочуть делегувати свої права». Грілло став уособленням італійців, котрі втомилися від політиків. Голосування за нього було протестним.

Платформа партії сьогодні характеризується і як *евроскептична* (розгляд ЄС як «абсолютно безрезультатного утворення»; ставлення до ЄС як до вже самозліквідованого нежиттєздатного утворення; проти європейської валюти), і як *антиамериканська*, навіть як *проросійська* (проти санкцій щодо Росії, підтримка результатів псевдореферендуму 16 березня 2014 р. у АР Крим). Поява партій на кшталт «M5S» і лідерів на зразок Б. Грілло, уможливилася з кількох причин. Це передусім: 1) затяжна політична криза; 2) розчарування італійців у тогочасних партіях; 3) поява нових комунікаційних форматів спілкування з виборцями.

Висловлені міркування щодо появи партій нового типу та їхніх лідерів, орієнтованих на нові формати комунікації, зумовлюють потребу продовження наукового аналізу процесів партійної еволюції у сучасному світі. Це спричинено низкою чинників, насамперед: 1) трансформацією відносин між політичними партіями та виборцями, неспроможністю традиційних партій заручитися підтримкою молодшої генерації виборців; 2) підвищенням електоральної нестійкості, адже дедалі вищий відсоток виборців від виборів до виборів змінює свої електоральні переваги; кризою репрезентативності, яка стимулює політичні партії знаходити нові формати спілкування з виборцями.

Список використаної літератури

1. Бро Э. Беппе Грилло: Это война и мы победим [Электронный ресурс] / Э. Бро. — Режим доступа: <http://www.metronews.ru/novosti/beppe-grillo-eto-vojna-i-my-pobedim/Tromdi---OXdmpR7ocDvY/>
2. Д'Эрамо М. Популизм и новая олигархия: в 2 ч. [Электронный ресурс] / М. Д'Эрамо. — Режим доступа: <http://gefter.ru/archive/10446>.
3. Corbetta P. Il partito di Grillo / P. Corbetta, E. Gualmini. — Bologna, 2013. — 244 p.
4. Pettersson A. Berlusconi and Beppe Grillo: tv against the internet in Italy? [Electronic resource] / A. Pettersson. — Access mode: <https://eucomm.wordpress.com/2013/05/24/berlusconi-and-beppe-grillo-tv-against-the-internet-in-italy/>

Стаття надійшла до редколегії 08.12.2015

Прийнята до друку 19.02.2016

PHENOMENON OF PARTY INTERNET LEADERSHIP (FOR EXAMPLE, THE LEADER OF THE ITALIAN PARTY «M5S» BEPPE GRILLO)

Nataliya Khoma

*Ivan Franko National University of Lviv
Institute of philosophy, department of theory and history of political science
Universytetska st., 1, 79000, Lviv, Ukraine
e-mail: khoma.nata@gmail.com*

In the article attention is drawn on the fact that despite the austerity measures in politics, populist motives are activated, charismatic personalities, who have to substitute the institutions they represent, are set to the forefront. Scepticism of many citizens regarding traditional parties, which are not identified with the real problems and interests of public, is determined in the article as prerequisite for success of populists in Italy. Attention is attracted to the fact that «Internet-populist» G. Grillo focused on the Internet as the main form of contact with the voters. Ways of communication, elected by the politicians, allowed reaching different electorate audiences, but success (at least at the elections), finally, depended on the skilled use of populist rhetoric, which matched expectations of the public.

Key words: Internet-populism, G. Grillo, «Movement of Five Stars» (M5S).